Quelques aspects du commerce africain

Spera

VISIT...

LANZAROTE Caliente.COM

Spera

QUELQUES ASPECTS DU COMMERCE AFRICAIN



éditions Bergame

Spera

QUELQUES ASPECTS DU COMMERCE AFRICAIN



Éditions Bergame

© Éditions Bergame, 2016

Pour tout contact :
Éditions Bergame – 9 rue du Quatre-Septembre – 75002 Paris
www.editions-bergame.com

INTRODUCTION

Le continent africain constitue un vaste territoire où le commerce est vécu quotidiennement dans la plupart des pays. Toutes les formes du commerce sont pratiquées en commençant par le commerce domestique, le commerce transfrontalier et le commerce international contribuant indéniablement au renforcement des échanges économiques. Des dispositions régissent chaque type de commerce et ces lois commerciales devraient être impérativement respectées en vue d'aboutir à une conclusion harmonieuse des affaires.

L'ensemble est rédigé d'une manière systématique pour répondre aux problèmes existentiels du commerce africain. En quinze chapitres, chaque module évoque les concepts essentiels du commerce. L'objectif consiste essentiellement à aboutir à un diagnostic pour chaque situation particulière en vue de faciliter une décision stratégique indispensable pour une concrétisation saine des affaires.

Chapitre I

LES ENTRAVES À L'IMPORTATION EN AFRIQUE

L'importation est probablement l'un des domaines les plus compliqués en Afrique. L'achat externe suppose un savoir-faire et un minimum de connaissance pour que le mécanisme d'importation se fasse sans peine en vue d'éviter des faillites enregistrées chez nos commerçant(e)s.

1. Comportements d'achat en Afrique

Plusieurs importateurs effectuent des voyages dans les pays du monde pour acheter leurs produits à vendre dans leurs pays d'origine.

Ce sont des voyages coûteux en termes de santé et de finance car certains commerçants abîment leur santé et courent plusieurs risques tout au long de leurs activités commerciales par des voyages fréquents ; les importateurs peuvent témoigner des risques encourus. Ils expriment souvent leur désistement dès que leur santé devient fragile ou ils se heurtent aux problèmes. Nous devons attirer l'attention de nos futurs négociants d'éviter les voyages multiples pour chaque importation. Nous ne disons pas que le voyage n'est pas nécessaire pour les affaires internationales. Il est plutôt recommandé et permet de rencontrer ses fournisseurs pour mieux se connaître.

2. Tactiques d'importation des marchandises

Après cette prise de contact, il faudra mettre en place une politique commerciale plus lucide pour la continuité du courant d'affaires à réaliser dans l'avenir.

Des opérateurs commerciaux soulignent souvent l'état défectueux des marchandises proposées sans leur voyage chez le fournisseur. Nous les comprenons mais chaque problème demande une solution appropriée et l'acquisition d'une expertise. L'intervention des organismes de contrôle s'avère très impérative. On peut citer des organismes tels que la SGS (Société Générale de Surveillance, la COTECNA, etc.). La mission de ces organismes consiste à surveiller la qualité du produit au cours de la production (pré-inspection) ou avant l'expédition sur l'instruction de l'acheteur et moyennant un paiement raisonnable. Ainsi les contrôles de ces entités empêchent des fabricants ayant la conscience peu scrupuleuse d'éviter l'expédition des marchandises non conformes à l'échantillon.

L'autre aspect plus important aussi et il est très convenable de le souligner, ce sont les instruments de paiement vis-à-vis des fabricants étrangers.

Chapitre II

PROCÉDURES D'IMPORTATION DES MARCHANDISES EN AFRIQUE

Les opérateurs économiques africains procèdent de différentes manières pour acheter leurs biens manufacturés de l'extérieur du continent africain.

Nous allons lister quelques modes d'achat. Certaines importations comportent beaucoup de risques pour les importateurs.

1. Commerce interrégional africain

L'Afrique est un continent immensément consommateur des biens fabriqués sur place et à l'étranger. La distribution et l'achat des produits « made in Africa » sont plus faciles car cela ne demande pas assez d'efforts pour les acheter auprès des fabricants qui sont installés localement ou dans les pays régionaux. Il suffit de se rendre dans les usines pour les acheter et les vendre à tous les points de vente.

Parfois, il faut aller aussi dans le pays limitrophe pour ces achats. La technique d'achat est assez souple. Le maniement de ces techniques est facile et tous les commerçants peuvent se permettre de le faire.

2. Commerce extérieur en Afrique

Cependant l'importation de l'extérieur du continent pose des problèmes énormes car il faut tenir compte de plusieurs critères pour acheter à l'extérieur. Lorsque l'on veut procéder aux achats sans risques, il faut maîtriser la langue internationale d'affaires c'est-à-dire l'anglais, avoir des connaissances commerciales avant de se lancer dans l'importation.

Après l'évaluation du système d'importation des marchandises en Afrique, ils ne tiennent pas compte des procédures modernes d'importation dans sa globalité.

Les commerçants ne songent pas à se protéger juridiquement avant d'entreprendre les affaires.

Les négociations consistent à effectuer des voyages dans les pays d'achat avec plusieurs millions en liquidités. Dès leur arrivée dans le pays d'importation, des sommes importantes sont payées aux fabricants étrangers. C'est un moyen simple de règlement des commandes. C'est un manque à gagner pour les banques africaines car l'argent n'a pas été transféré par les circuits bancaires et c'est aussi un risque pour les importateurs. Cette situation est un facteur de paupérisation des circuits bancaires en Afrique. Plusieurs séminaires d'information et de formation sont indispensables pour éveiller les consciences afin de ralentir ce genre de négoce. Notre monde moderne ne demande pas de se déplacer avec des sommes colossales pour payer des biens à l'extérieur.

L'origine commerciale de ce mode d'achat est la carence d'information et de technique d'achat. Pour éviter la perte d'argent, les commerçants préfèrent se déplacer eux-mêmes pour acheter, ceci leur permet de limiter les risques.

3. Les mécanismes d'importation

Cependant il existe des techniques simples pour contourner ces risques. Elles offrent rapidité et sécurité. Elles recouvrent un ensemble de processus plus ou moins coûteux et moins difficile à mettre en œuvre.

La réussite d'importation dépend du respect des procédures d'achat à l'international. La multiplicité des approches est variable.

– L'approche de prospection pour le choix d'un fournisseur.

– Le référencement du site de l'entreprise sur les différents moteurs de recherche et les annuaires spécifiques au (x) produit (s) recherchés par l'importateur.

– Démarches administratives auprès des chambres de commerce et les entités étatiques fournissant l'adresse des exportateurs étrangers.

– Intermédiation avec des consultants d'affaires et des agents qui font la promotion des exportateurs étrangers.

– Consultation régulière des presses spécialisées pour le (s) produit (s) à importer.

– Découvrir les vendeurs à travers des moteurs de recherches tels que Google, Yahoo, etc.

– Se faire connaître via les sites commerciaux de promotion des produits manufacturés importés.

– Participation aux manifestations commerciales, les expositions à caractère commercial pour la promotion des divers produits.

La liste n'est pas exhaustive pour une mise en contact avec les fournisseurs étrangers. D'autres moyens sont mis sur pied pour prendre contact avec les vendeurs. Après avoir reçu les coordonnées complètes du fournisseur, il faut commencer la vérification de la crédibilité du fournisseur. Ce contrôle s'opère auprès des ambassades, les chambres de commerce et les entités de contrôle. Après la vérification de l'existence du fournisseur à travers les organes crédibles étatiques ou autres, on peut alors commencer l'étape de négociation avec le fournisseur.

4. Les outils de la négociation avec le fournisseur

Le processus de contact du prospect par des techniques traditionnelles c'est-à-dire l'appel téléphonique, l'envoi d'un message introductif par e-mail et si possible l'expédition d'un message postal pour s'assurer de l'existence physique du prospect. Les conditions générales de vente y compris la demande du catalogue imprimé ou électronique pour obtenir des renseignements adéquats de la société. À la réception des informations du prospect, des discussions complémentaires sont nécessaires si l'importateur veut représenter le vendeur ; il devra demander les conditions d'exclusivité et

si ce dernier accepte les conditions ; alors un projet de contrat d'exclusivité lui sera envoyé et il doit prendre soin de le soumettre à son avocat avant la signature avec son fournisseur et une fois achevé, le client pourra procéder à la requête des échantillons pour apprécier le produit à importer. Il convient d'attirer l'attention des importateurs que la plupart des fabricants n'expédient plus des échantillons gratuits. Ils demandent le paiement des frais d'expédition par des coursiers (DHL, LTL Express, EMS, etc.). Le client a la possibilité de payer ses frais au service Courrier de son pays d'origine et mettre à la disposition du fournisseur le numéro d'expédition de DHL après acquittement au service courrier.

Les grandes entreprises recevant des quantités énormes d'échantillons annuellement règlent ce paiement aux services courrier afin de recevoir des échantillons sans effectuer des démarches multiples auprès de ces services. Un numéro de référence DHL leur sera octroyé pour les expéditions relatives aux échantillons. En cas de besoin d'échantillon, cette référence est largement suffisante pour les envois par courrier DHL

Face à la demande des échantillons par plusieurs clients internationaux, on retiendra que l'envoi des échantillons gratuits est rare et le paiement est désormais à la mode. D'autres fournisseurs envoient des échantillons gratuits mais les frais d'expédition sont payés par l'acheteur.

Le client reçoit l'échantillon. L'échantillon et les conditions de vente sont approuvés. L'importateur doit adresser au fabricant un bon de commande signé et cacheté par l'entreprise importatrice. Le vendeur retourne le bon de commande cacheté et signé par celui-ci. Il ne faut pas oublier que certains gouvernements doivent délivrer une autorisation avant l'importation ; une démarche appropriée est indispensable et chaque importateur est tenu de se conformer aux dispositions en vigueur dans le pays d'origine.

Il faudra requérir une facture pro-forma qui récapitule toutes les conditions de vente négociées et cette facture pro-forma sera déposée auprès de la banque du client-acheteur. Alors commence l'étape de paiement au fournisseur.

Chapitre III

LES DIFFÉRENTS MODES DE PAIEMENT EN COMMERCES NATIONAL ET INTERNATIONAL

Les modes de paiement des exportateurs étrangers sont nombreux mais tous les moyens de paiement ne sont pas recommandés lors des transactions internationales. Certains moyens de règlement comportent des risques au niveau international. On distingue plusieurs modes de paiement.

1. Les principaux instruments de paiement

Les modes de paiement les plus connus sont les suivants :

– Paiement par les effets de commerce : lettre de change et le billet à ordre.

– Règlement par virement swift bancaire au profit du fournisseur étranger.

– Paiement par Western Union, Money Gram, Ria, Rapid Transfer, etc.

– Paiement par les cartes bancaires (cartes visa et Mastercard).

– Paiement au comptant par transfert de la totalité ou une partie du montant de la commande.

– Paiement après livraison de la marchandise et la vente : la vente à crédit.

– Règlement au vu des documents de la marchandise au port ou encore à l'entrepôt sous douane.

– Paiement par remise documentaire avant l'enlèvement de la marchandise.

– Dépôt-vente et règlement en fonction de la quantité vendue.

– Règlement par chèque au profit du bénéficiaire.

Le chèque : c'est un moyen de paiement peu usité en matière de commerce international pour des transactions de grands volumes dont le montant est très élevé.

– Paiement par lettre de crédit (ou Credoc). On peut citer plusieurs règlements et ce système de paiement est le plus crédible mais rejeté par certains opérateurs économiques à cause de son coût élevé et la rigueur de sa procédure.

2. Quelques caractéristiques de la lettre de crédit

– Paiement à vue : règlement immédiat par la banque émettrice de la lettre de crédit.

– Paiement différé : règlement total à l'échéance retenue lors de la transaction.

– Paiement par acceptation : le vendeur peut escompter les traites acceptées. La technique de la lettre de crédit offre un paiement dont la procédure est acceptée sur le plan mondial. Plusieurs amendements peuvent se faire entre l'acheteur et le vendeur et il faut que les termes soient validés par

les parties transactionnelles.

– Les couvertures de cet instrument peuvent prendre des formes variables :

Couverture révocable : la lettre de crédit peut être annulée sans l'accord du vendeur. Elle est moins utilisée à cause de son aspect unilatéral.

La couverture irrévocable : cette forme de la lettre de crédit ne peut jamais être annulée compte tenu de la garantie accordée par la banque émettrice.

– La couverture du Credoc est irrévocable et confirmée par une banque mondialement reconnue qui est un engagement de la banque confirmatrice de payer la lettre de crédit aux échéances prévues. Tous les fournisseurs sont unanimes pour la confirmation par une banque de première classe en Europe ou aux États-Unis constituant la sécurisation de la transaction.

– La lettre de crédit différée à une certaine date (30, 60, 90 et 120 jours, etc.). Le paiement s'effectue à la date retenue entre les négociateurs de la transaction et le règlement se fera à l'échéance prévue dans la lettre de crédit.

– La lettre de crédit stand-by (SBLC) constitue une forme de lettre de crédit auto-renouvelable pour une quantité donnée et surtout utilisée pour les grands tonnages (sucre, ciment, riz et engrais, etc.).

– L/C red clause : un acompte est accordé au vendeur par l'acheteur pour l'achat de la marchandise d'exportation.

Tel est le cas d'exportation des produits tropicaux et de grands tonnages de riz, sucre, blé, ciment, etc.

– Lettre de crédit divisible : plusieurs acteurs reçoivent la lettre de crédit et procèdent à la déduction de leurs parts avant le transfert au (x) bénéficiaire (s).

– Lettre de crédit revolving : le bénéficiaire peut obtenir cette lettre de crédit sans ouverture successive pour des transactions continuelles.

C'est le cas d'exportation de volumes importants de marchandises.

– Un certain pourcentage du montant global de la transaction (20 %, 30 %, 40 % par exemple) à l'avance et le reste par lettre de crédit à vue.

Le premier acompte comporte du risque et la crédibilité de l'exportateur doit être vérifiée avant le transfert de cette avance. Parmi les exportateurs recevant cette avance, il y a des moins crédibles qui ne respectent pas leurs engagements dès réception de ce transfert. Il convient de s'assurer du sérieux de son fournisseur avant tout engagement.

Par contre les fournisseurs consciencieux commencent la production après avoir obtenu cette avance comme étant une garantie de l'acheteur avant toute production. Le paiement de cette avance n'est pas à prohiber mais nécessite une vérification a priori.

En général, le mode de paiement par lettre de crédit mérite une attention particulière en commerce extérieur car deux intervenants qui ne se connaissent pas, doivent rechercher un moyen de sécurisation de leurs affaires. Nous conseillons vivement les banques d'effectuer des visites fréquentes auprès de leurs clients pour les encourager à entreprendre des opérations basées sur un paiement plus crédible car cela va dans l'intérêt de

tous les acteurs d'une transaction. Une opération nécessite l'intervention de plusieurs acteurs notamment les banques des clients, les compagnies d'assurance, les agences de transport, l'État représenté par la douane, les départements de fiscalité et les transports multimodaux. Tous ces acteurs profitent d'une transaction réussie et sécurisante. Donc il est intéressant de veiller à la réussite des affaires car une affaire est source de richesse. En préservant les affaires de nos concitoyens, nous les aidons à s'enrichir et au même moment, nous assurons la croissance communautaire et universelle. Les revenus des entreprises permettent de générer de l'argent pour l'administration publique, les banques et les organisations sociales. La création d'emploi est aussi un facteur de croissance des firmes et la contribution à la chaîne de valeurs.

Chapitre IV

L'INCONVÉNIENT DE L'EXPÉDITION DES MARCHANDISES SANS PAIEMENT PRÉALABLE

Après la production, la marchandise doit être expédiée à l'acheteur. Cependant chaque fournisseur sera tenu de bien négocier les modes de paiement avec l'acheteur potentiel ou tout autre acheteur.

1. Paiement avant l'expédition des marchandises

Le paiement est la clé de chaque transaction et lorsque ce paiement est défaillant, toute la transaction échoue et l'entreprise tend vers la faillite si les paiements sont toujours défaillants au cours des autres transactions. C'est pourquoi il est très important d'être rigide sur l'instrument de paiement accepté lors des négociations.

Nous pouvons citer le paiement par crédit documentaire qui est le plus conseillé malgré sa cherté mais toute la transaction est sécurisée. Ce mode de paiement nécessite au moins un minimum de connaissance commerciale et linguistique. Il faut faire souvent appel à son gestionnaire de compte bancaire ou bien d'autres consultants d'affaires indépendants pour avoir des éclaircissements.

Par ailleurs pour un nouveau client, il faut être méfiant avec la livraison contre remise documentaire dans les affaires internationales car la défaillance du client coûte cher au fournisseur et la marchandise est abandonnée au port de débarquement engendrant une perte énorme au fournisseur.

L'avantage et l'inconvénient dudit paiement doivent être bien mesurés avant son acceptation.

Le paiement au comptant par le transfert des fonds aux fournisseurs est aussi dangereux. L'essentiel est de vérifier la crédibilité avant ce mode de paiement.

En fait c'est un risque au début de chaque négoce. Il faut procéder par le paiement par lettre de crédit et lorsque la confiance existe entre l'acheteur et le vendeur, on peut se permettre de procéder par un paiement au comptant.

Le prépaiement et le solde payable au vu du connaissement envoyé par fax ou par e-mail doivent être étudiés et vérifiés attentivement avant tout engagement car les risques sont énormes.

Ainsi la violation de l'expédition sans paiements requis, conduit les entreprises au délabrement et à la ruine de l'éthique commerciale.

2. Les risques relatifs au marché des changes

Les transactions internationales se payent en devises. Nous disposons des monnaies locales respectives et pour régler les fournisseurs extérieurs, nous

changeons ces monnaies locales contre les devises étrangères notamment le dollar et l'euro.

Ce marché d'échange constitue des risques pour les commerçants et pour échanger les monnaies locales contre des devises étrangères, ils ont des difficultés énormes à cause des fluctuations d'échange avant le transfert proprement dit à leurs fournisseurs. Cela freine le délai de paiement aux fournisseurs qui exportent les marchandises avant paiement. Il est plus judicieux aux importateurs de travailler en étroite collaboration avec les banques pour éviter les incidents de paiement liés aux échanges de devises.

Chapitre V

INADÉQUATION DE LA QUALITÉ DES PRODUITS

La définition du commerce africain n'est pas intégralement différente des autres commerces pratiqués dans le reste du monde. Nous allons entrer dans le détail de la qualité des produits achetés ainsi que le contrôle de ces articles par les autorités compétentes.

1. Qualités des produits d'importation (relation qualité-prix)

S'agissant du commerce africain, il ne faut pas oublier de faire mention de son caractère particulier. Il s'agit de vendre au sein de nos villages ou dans les villes des produits recherchés par nos populations respectives à un prix très bas et à une qualité moyenne. Nos pays achètent des produits en provenance de l'extérieur et des biens manufacturés sur place.

La situation de précarité et de paupérisation du continent africain est un facteur qui conduit à rechercher des articles de prix très bas et en matière d'affaires, le prix varie toujours en fonction de la qualité. Le souci dominant de prix très bas peut engendrer la production des marchandises de qualité inférieure. Il est difficile de réduire certains ingrédients nécessaires à un produit et en même temps assurer sa qualité supérieure. Ceci est à la base des produits moins coûteux qui sont en distribution à travers les différents canaux catégoriels de vente. Le prix détermine la qualité d'un produit. Plus la qualité est élevée, plus le prix est à la hausse d'où le prix de vente onéreux de certains articles importés.

2. Vérification des produits importés

À cette époque moderne, les opérateurs économiques doivent veiller non seulement aux profits mais aussi à l'aspect pluridimensionnel et éthique du commerce. Il est bien important de considérer les impacts sanitaire et social des marchandises importées. L'importation de chaque produit devra être suivie par les autorités compétentes de chaque pays d'importation. Dans certains pays d'Afrique, ce contrôle de commercialisation est très strict et cela évite des dérapages. La santé est un élément prépondérant dans la vie sociale et sa préservation est indispensable.

En qualité de plaideur, notre intervention n'est pas de juger négativement le commerce d'importation en Afrique mais d'une manière générale de le contrôler quotidiennement afin qu'il soit à la hauteur du commerce mondial.

3. La priorité du prix FOB, CFR ou CIF dans les décisions d'importation

Les importateurs attachent beaucoup d'importance aux prix proposés par le vendeur surtout si le prix est très bas.

Si le prix est cher, l'importateur ne donne pas son accord pour la continuité des pourparlers commerciaux. Le coût du produit est un facteur déterminant du choix d'importation. Pour les acheteurs sensibles aux prix très bas, ils doivent être très méfiants si un prix proposé est largement en dessous du prix accordé sur le marché mondial car parfois cette variation énorme de prix est source d'escroquerie.

Dans ce cas, certains fournisseurs malhonnêtes offrent un prix extrêmement bas et le mode de paiement est soit au comptant 20 ou 30 % à l'avance et le solde est cash contre l'envoi de la copie du connaissement. Cet incident commercial est malencontreux car l'importateur perd son acompte sans recevoir la marchandise après le transfert ou encore des articles non conformes à la commande sont expédiés à ce dernier. Il faut alors adopter et mettre en œuvre une politique d'acceptation de prix très cohérente.

D'une manière générale, la politique de prix est un préalable à tout choix stratégique de l'entreprise avant la passation de commande.

Chapitre VI
LA NÉCESSITÉ DE PAIEMENT DES COMMISSIONS AUX INTERMÉDIAIRES

La mondialisation doit permettre une collaboration inclusive entre les partenaires d'affaires, accroît la solidarité entre eux et chacun doit être intégré dans l'économie mondiale.

1. L'intervention des apporteurs d'affaires en réseau

Toutes transactions nationales et internationales mettent en relation plusieurs partenaires et des intermédiaires. Des transactions peuvent se dérouler sans le soutien des courtiers. Par contre ces courtiers peuvent devenir des apporteurs d'affaires en aidant à la bonne marche des activités commerciales. Leur absence est parfois source d'échec en raison des manœuvres financières organisées par ces intermédiaires qui veulent gagner des commissions élevées qui ne sont pas à la hauteur des diverses transactions conclues. Cette mentalité conduit plusieurs affaires à l'échec.

Cependant on y découvre des intermédiaires ou courtiers sérieux, légaux et responsables qui ont généré des affaires concluantes. C'est le cas des transactions relatives à l'importation des produits comme le riz, le sucre, les engrais, le ciment, etc.

Des contrats de non-circonvention et non-divulgation sont signés entre le vendeur, l'acheteur et les autres courtiers constituant une garantie de leurs intéressements.

2. Obligation de paiement de commission aux courtiers

Malgré la signature de ce contrat, le paiement de commissions pose beaucoup de problèmes aux promoteurs des transactions et des mesures illégales sont mises en œuvre pour éviter le paiement des commissions. Nous devons éviter ces comportements préjudiciables à ce paiement de commissions car une telle attitude paralyse le bon déroulement des affaires créant la richesse pour la communauté des affaires.

Les valeurs liées à l'acceptation et au paiement de commission constituent une stratégie de distribution et de répartition des richesses humaines et à ce titre, une entreprise qui veut avoir une présence réelle au sein du monde des affaires, doit rechercher les moyens de paiement sans arrière-pensée. Une véritable démarche doit être adoptée pour recruter et accepter les courtiers et les consultants d'affaires afin d'apporter des valeurs ajoutées aux affaires internationales. On peut mener, à ce stade, des recherches et études approfondies, en examinant le secteur d'activités de chaque courtier et créer

une collaboration fructueuse pour la concrétisation satisfaisante du commerce international et ce sont les meilleures pratiques pour la promotion des échanges.

Chapitre VII

LES RETOMBÉES DE L'HONNÊTETÉ DANS LES AFFAIRES ET L'IMPORTANCE DE CHAQUE ACTEUR DANS LES TRANSACTIONS COMMERCIALES

1. Les impacts du sérieux dans le business

Certes, le commerce est florissant si nous avons l'esprit associatif en mettant l'intérêt de tous les acteurs au-dessus du profit individualiste. Les effets négatifs engendrés par l'égocentrisme dans le commerce sont énormes. Il serait donc souhaitable d'y remédier. Le commerce est une activité regroupant plusieurs intervenants. Chacun a un rôle spécifique à jouer en commerce ; il faudrait se conformer à ses prescriptions commerciales si l'on veut la concrétisation et la réussite à long terme autrement dit que les transactions ne soient pas soldées par des échecs. En regardant de près les activités d'affaires entre les partenaires malhonnêtes, ils ont tendance à considérer les affaires comme un jeu où il faut contourner et écarter les autres. Leur gain est limitatif dans le temps et ils n'avancent pas. Il est plus sage d'être sérieux en protégeant conjointement les intérêts de toutes les parties liées par les affaires communes. Les comportements irresponsables doivent être évités car cela ne fait qu'envenimer les échanges commerciaux. Le bonheur vient toujours dans le partage et la solidarité humaine et cette disposition humaniste devra être respectée dans tous les domaines vitaux.

2. L'importance de chaque acteur dans les transactions

Il est difficile de travailler seul quand il s'agit du commerce. C'est pourquoi il faut prendre en compte l'intervention individuelle de chaque acteur sans négligence. Lorsque le rôle de chacun est bien précisé et considéré, alors le résultat escompté est satisfaisant.

Dès que le résultat est bien obtenu à long terme pour chaque intervenant, il faut faire un effort en vue de maintenir chacun à la place convenue et le rôle joué au cours des transactions précédentes car on ne change pas une équipe gagnante.

On doit préciser ici que le changement d'une bonne équipe est un risque pour d'autres transactions futures car un nouveau venu peut perturber tout le travail antérieurement effectué. Nous ne disons pas d'éviter le recrutement de nouveaux acteurs mais l'équipe qui gagne ne sera pas modifiée à cause des gains et des honoraires à donner à chacun.

Force est de constater que le plus souvent les acteurs d'une équipe sont changés à cause des honoraires que l'on doit leur payer. Tout intervenant fonctionnant convenablement devra être payé en compensation des services rendus. Nous devons éviter des comportements égoïstes engendrant l'échec

des transactions commerciales et financières.

Chapitre VIII

MISE EN VALEUR DE L'EXPORTATION DES PRODUITS AFRICAINS ET AUGMENTATION DE LA CROISSANCE PAR L'EXPORTATION

Lorsque nous faisons allusion aux produits africains, il ne s'agit pas seulement des produits agricoles traditionnels que nous vendons à l'extérieur.

Nous exportons énormément ces produits à l'étranger et il faut intégrer l'exportation de nouveaux produits agricoles africains et des biens fabriqués sur place pour éradiquer la pauvreté.

1. Positionnement stratégique des produits africains à l'export

À cette époque moderne, nous pouvons développer d'autres formes d'exportation de nos produits africains. Les marchés étrangers sont très réticents pour l'achat de nos produits. Cependant le respect scrupuleux des normes est très indispensable pour le positionnement de nos petites et moyennes entreprises. Il conviendra de nouer des partenariats avec des étrangers qui peuvent nous apporter le savoir-faire et dès qu'il est acquis, nous pourrions aussi pénétrer des marchés étrangers avec aisance et sans risque. Nous devons encourager les zones franches qui sont en expansion dans plusieurs pays africains car ces zones d'exportation bénéficient des avantages fiscaux, douaniers et sociaux pour les aider à s'implanter en se conformant aux lois locales de chaque nation qui accueille ces zones industrielles de transformation des produits. Ces entreprises implantées dans la zone franche fabriquent des articles aux prix très compétitifs et les qualités sont appréciables. Malgré l'exportation des produits par ces entreprises de zone franche, nous pourrons aussi négocier l'exportation de leurs articles à l'extérieur auprès de ces manufactures et obtenir des devises indispensables pour notre développement.

D'autres produits sont aussi recherchés à l'extérieur. Ce sont par exemple des graines qui sont en Afrique (les coques des noix palmistes, les amandes des noix palmistes, etc.). C'est le cas aussi des graines et feuilles de Moringa, graines et huile de Jatropha, les noix de coco, l'arachide, les souchets, piments bec d'oiseau, les objets d'art, etc. C'est une opportunité à développer en vue de leur exportation étrangère. Mais nous devons travailler avec prudence car ces produits ne peuvent pas être vendus sans respecter les lois régissant le commerce international.

2. Prise de contact avec les institutions d'appui à l'export

Les intéressés doivent contacter les ministères de commerce, les chambres

de commerce, le ministère de l'agriculture et les organismes internationaux chargés de promouvoir l'exportation pour l'obtention des codes et des normes à respecter. Il faut contacter aussi les consultants en développement d'affaires qui peuvent vous soutenir moyennant leurs commissions et ces intéressements devront être payés sans hésitation. Beaucoup de traders pensent que l'appui des consultants n'est pas nécessaire. C'est une illusion. Ce sont des chercheurs qui peuvent vous aider. Donnez-leur leurs honoraires et ils vous apporteront leur expertise.

La liste des produits à exporter est immense. Chaque communauté d'affaires doit s'impliquer et rechercher les produits à vendre de son pays. L'exemple des Chinois et des Indiens est très frappant car tous les produits sont vendus. Les produits fabriqués par tous les secteurs sont vendus à l'étranger.

L'exportation est la clé de la croissance et l'intervention des PME (Petites et Moyennes Entreprises) est indispensable.

3. Croissance par les PME

En dépit des efforts déployés par les grandes entreprises pour l'exportation des produits tropicaux, il ressort que les PME contribuent aussi au développement de l'exportation. Elles jouent un rôle prépondérant dans la croissance économique de plusieurs pays et la création d'emplois pour les jeunes. Cependant elles ont l'accès difficile aux marchés internationaux. Elles rencontrent des problèmes de financement car n'ayant pas de garanties pour leurs démarches auprès des banques. Elles ont besoin de soutiens techniques et financiers car les revenus de certaines PME contribuent à la croissance. Ce sont des vecteurs pour l'intégration régionale. Elles peuvent former des équipes ou travailler ensemble pour l'exportation.

Les flux d'exportation doivent être denses pour stimuler la croissance. Exporter en volume permet d'augmenter la balance commerciale d'une nation et favorise le retour de devises étrangères nécessaires pour l'économie africaine. Une mobilisation générale pour réduire l'importation au profit de l'exportation massive est impérieuse.

4. La contribution du secteur privé en Afrique

L'État providence ne peut pas créer à lui seul l'emploi pour tous les citoyens et l'apport des entreprises privées est une condition sine qua non du développement de l'Afrique. Ce secteur intervient dans la création d'emploi, au renforcement de l'économie nationale par le paiement des taxes et des impôts aux pouvoirs publics, résorber le chômage des jeunes et ainsi jouer une mission de catalyseurs dans la réduction de la pauvreté des populations africaines.

Ce rôle sera pleinement actif dans la mesure où les gouvernements et les institutions d'aide soutiennent les entreprises du secteur privé ayant l'intention d'exporter des produits africains en leur fournissant l'assistance

technique et financière.

L'Afrique doit emprunter cette démarche mais nous avons des conseillers. Commençons et les autres vont nous suivre. Nous créons la richesse pour nous-mêmes et l'univers tout entier.

Chapitre IX
PARTICULARISME ACTUEL DES INVESTISSEMENTS EN AFRIQUE

La pénurie de capitaux freine notre industrie et sous cette rubrique, nous allons voir les tendances actuelles de l'investissement étranger et les remèdes.

1. Tendance de l'investissement étranger en Afrique

Tous les marchés africains constituent des créneaux d'affaires très stimulants pour les Africains eux-mêmes d'abord et ensuite pour les étrangers en quête de pénétration de marchés nouveaux. Toutes les opportunités sont présentes et il faut prendre son temps pour mieux mener une étude de marché avant l'action. Réfléchir avant la pénétration des marchés est un mot-clé. Malgré les problèmes, les exactions engendrées par l'instabilité sociale, force est de constater que les sociétés multinationales peuvent toujours travailler en Afrique et elles pourront trouver leurs parts.

2. Solutions innovantes d'investissement

Quelles sont les démarches officielles à entreprendre ?

À mon avis, le début devra se faire par le biais d'un consultant d'affaires ayant coopéré en Afrique pendant plusieurs années. Ce qui signifie que l'expérience de plusieurs années est indispensable pour mieux connaître tous les marchés africains et les mentalités dans la plupart des pays.

Cette approche de base est indispensable à l'investissement étranger qui doit se faire une idée avant son investissement proprement dit. La deuxième étape consiste à avoir un partenaire local avec qui ce dernier devra nouer des relations d'affaires pour comparer les informations obtenues auprès du consultant.

Cette comparaison est un outil de travail de l'investisseur.

Afin de se munir de cet outil d'information, l'investisseur doit effectuer un voyage d'affaires pour étudier et vérifier l'usage légal de son outil fourni par le consultant et par le partenaire local. Plusieurs voyages s'avèrent impératifs avant l'investissement.

Il faut associer les pouvoirs publics, privés et les services commerciaux des ambassades dans l'investissement.

Ce cadre de travail nous évite des déboires et des échecs d'investissement. Les anciennes entreprises multinationales sont toujours présentes et les activités sont en progression.

Malgré les problèmes sociaux et économiques, la vie continue et les affaires sont toujours florissantes.

Chapitre X
L'IMPORTANCE DES LANGUES ÉTRANGÈRES DANS LES AFFAIRES

La maîtrise des langues étrangères permet de formuler des propositions commerciales et adapter ses requêtes d'affaires à celles de son partenaire pour discuter dans une atmosphère convenable à la réussite des négociations.

1. Utilité de l'anglais dans le commerce

Chaque transaction internationale se fait dans une langue étrangère. Il existe plusieurs langues internationales et locales. La pratique des dialectes en commerce domestique au sein d'une même nation facilite la discussion et les ventes. Il faut préciser que chaque pays détient ses dialectes qui sont inconnus des autres. Pour cette raison majeure et pour dialoguer dans une langue unique, l'anglais s'impose comme la première langue des affaires. Le mépris de l'apprentissage de cette langue est une erreur très grave et nous voudrions attirer l'attention des jeunes et toutes les écoles d'enseignement de se focaliser sur l'apprentissage de cette langue. C'est bénéfique pour la communauté. Elle est incontournable dans le monde moderne.

Sur le plan commercial, l'anglais occupe désormais une place prépondérante et le fournisseur apprécie de converser avec un client parlant l'anglais. Il faut aussi souligner l'apprentissage du chinois qui est un atout de négociation avec la Chine. C'est une grande nation commerciale et l'usage de cette langue est très bénéfique pour les jeunes. J'insiste toujours pour la jeunesse car ce sont les relèves de demain. Par contre tout le monde peut tirer un avantage très considérable de l'apprentissage des langues étrangères surtout ceux qui voyagent le plus souvent pour les affaires.

2. Influence de la langue française dans les pays anglophones d'Afrique

Le français est une langue officielle des pays francophones d'Afrique et l'enseignement se fait dans cette langue. Nous n'avons plus besoin d'insister sur l'importance du français dans lesdits pays.

Par ailleurs, dans les pays anglophones d'Afrique le besoin se fait sentir et l'apprentissage du français devient très utile compte tenu de la pénétration de leurs marchés par les entreprises françaises en quête de nouveaux débouchés.

Dans la plupart des pays anglophones, l'enseignement du français est une nécessité moderne et pour atteindre cet ambitieux objectif, il est demandé aux écoles de prendre des engagements destinés à l'enseignement du français dans ces pays anglophones.

Chapitre XI

LES IMPACTS SOCIAUX DE LA PHILANTHROPIE ET L'AUMÔNE

1. Nécessité de la philanthropie et de l'aumône

Les richesses mondiales et humaines sont inégalement réparties et pour vivre dans un monde équilibré et harmonieux, nous devons penser à la communauté. L'altruisme n'est pas un gaspillage économique et financier. C'est une démarche qui consiste à donner une infirme partie de sa richesse aux autres afin que leurs talents puissent servir l'humanité.

2. Ses effets bénéfiques

Selon un adage populaire, « on récolte ce que l'on a semé ». Un don charitable accordé aux nécessiteux produit toujours des effets sociaux, économiques et spirituels dans la vie de son bienfaiteur. Nous avons un devoir sociétal envers les autres lorsque nous avons les moyens financiers. Personne ne nous oblige à le faire. C'est un devoir moral et éthique ayant un effet social et bénéfique.

La philanthropie ou l'aumône ont des points convergents. C'est une forme de générosité. Les entreprises et les particuliers qui pratiquent cette solidarité humaine seront toujours récompensés par la nature. Cet engagement se réalise à travers des actes bénévoles aux victimes des problèmes de la société, aux déshérités, aux peuples en détresse et à la promotion de la croissance humaine. Les cibles de cette générosité sont diverses. Les retombées se font remarquer par une promotion ou une chance inattendue à long terme au bienfaiteur.

Cet apport à l'intérêt général du monde constitue une puissante protection spirituelle du donateur et une promotion de sa personnalité sans recherche de profits immédiats. On peut contribuer à cette œuvre en nature, en numéraire et dans des domaines très variés.

Donnez d'une façon désintéressée et les bienfaits se font sentir tôt ou tard.

Il est vivement conseillé à la communauté d'affaires de se lancer dans cet engagement à la générosité désintéressée pour soigner leur image entrepreneuriale et générer beaucoup de bénéfices indirects pour leurs firmes. C'est la nature humaine qui récompense nos actes. Nous devrions tendre la main envers les populations à faibles revenus et des pays vulnérables. Cet engagement de sponsoring ouvre le chemin de la réussite des affaires.

Chapitre XII

L'UTILITÉ DES MOYENS DE TÉLÉCOMMUNICATION MODERNES

Lors des négociations, les conditions commerciales sont discutées entre les interlocuteurs à travers les moyens de communication qui sont à la disposition de la communauté d'affaires.

1. Avantages des réseaux sociaux de communication en Affaires

C'est un réel plaisir de communiquer de diverses manières en commerces local et international. Les moyens de contact répondent donc à un besoin de proximité entre plusieurs acteurs pour finaliser un objectif commun (la concrétisation des affaires). Dans cette perspective, nous devons accorder une place prépondérante à ces divers moyens. Nombre de nouveautés technologiques sont à notre disposition pour rendre la vie très facile. L'accès aux moyens technologiques modernes via l'internet (Skype ; WhatsApp, SMS, visiophone, visioconférences, réseaux sociaux, navigateurs de recherche) facilite la croissance économique et sociale. Ce sont les meilleures pratiques internationales qui contribuent aux avancées du secteur des télécommunications. Des services sont offerts en ligne sur Facebook, Twitter, Google, Yahoo, etc. sur les informations et les opportunités. Nous devrions en profiter pour réaliser une croissance de nos communautés respectives.

Nous devons tout mettre en œuvre afin que nous nous sentions en sécurité en communication électronique.

2. Aspect éthique des télécommunications

Tous les appels téléphoniques et les messages écrits doivent être répondus quel que soit l'interlocuteur. Un client endetté auprès de son fournisseur doit répondre à tout moment à son appel ou répondre à son message pour trouver des solutions souhaitées par son fournisseur. Plusieurs personnes ne décrochent pas un appel de leur interlocuteur ou il est placé sur la liste noire de blocage de leurs téléphones mobiles car elles ne sont pas en position de satisfaire leurs interlocuteurs. Ces comportements vis-à-vis de ces interlocuteurs ne donnent pas une bonne impression et conduisent à une dégradation des relations commerciales et de la déontologie des affaires. Chaque problème doit être résolu et cela dépend de la bonne volonté des acteurs.

Il est nécessaire que tous les messages soient répondus dans un bref délai. Il est aussi souhaitable qu'une seule phrase soit envoyée par courriel (e-mail) pour répondre à son interlocuteur. Nos attitudes en matière d'affaires doivent

être très responsables et civilisées. Pour renforcer les métiers du commerce et dans l'exercice de ses hautes fonctions commerciales, les équipes chargées du rôle de la communication au sein d'une firme doivent être formées à ce sujet. Chacun a sa place dans une équipe. Dans ce processus de croissance de l'entreprise, un(e) secrétaire d'entreprise doit garder son sang-froid et travailler sous pression sans répondre d'une manière arrogante à son interlocuteur même si celui-ci négocie avec un ton de provocation. Tout ceci déterminera les bonnes performances de la corporation et permet au secrétaire de l'entreprise d'exploiter les différents signaux émis par son client pour concrétiser des affaires nonobstant l'arrogance de celui-ci. L'homme a des caractères variés et selon les degrés de caractères de chacun, une personne avertie peut éviter certains comportements rencontrés dans les affaires et qui sont à la base de nombreux échecs des transactions. Dans les moments de communication difficile et très critique, quelques minutes de sang-froid peuvent aider les entreprises à modifier le cours d'une affaire vouée à l'échec due à l'arrogance.

Évoquant les différentes fonctions des moyens de contact à notre disposition, la communication technologique est une source redoutable pour la survie de l'entreprise.

Chapitre XIII

LES NOUVELLES FORMES D'IMPLANTATION DES USINES EN AFRIQUE

1. Les obstacles et freins de la création des usines

Certains produits consommés sont fabriqués dans les usines implantées par des étrangers et une partie des entrepreneurs africains.

Traditionnellement, plusieurs millions sont investis pour la mise en place de ces manufactures. Cependant de nos jours, nous pouvons copier l'exemple asiatique où les produits sont fabriqués par de petites machines. Nous pouvons les acheter en Asie à des prix très réduits.

La communauté d'affaires peut former un groupe d'entrepreneurs pour mettre en commun les fonds, le savoir-faire et le terrain pour créer ces micro-usines. C'est une contribution en numéraire, en nature et en savoir-faire.

Il faut avoir aussi le courage de payer des royalties à ceux qui détiennent la technicité.

Force est de constater que ces technicités ne sont pas le plus souvent admises car les actionnaires détenant l'argent liquide sont les plus acceptés.

Ce rejet des techniciens freine notre industrialisation.

2. Différents apports pour le projet de joint-venture

Nous détenons des richesses variables et nous devrons savoir les mettre en valeur pour créer des personnes morales génératrices de profits pour la communauté.

En raison des risques d'investissement, les étrangers préfèrent les projets de joint-venture où le partenaire dispose d'un business plan et des fonds. Tous les actionnaires désirant créer une usine, apportent des fonds, les terrains et les machines. De nos jours, les étrangers veulent contribuer avec des machines et recherchent des partenaires africains locaux apportant des fonds pour cette création.

Les cautions et les garanties sont rares pour couvrir les obligations des investisseurs locaux. Les projets deviennent très difficiles à mettre sur pied faute de garanties à donner aux banques.

Les étrangers veulent aussi l'apport des associés africains pour partager les risques sociaux et économiques liés à ce type d'investissement.

Une grande majorité des entreprises africaines ne veulent pas se lancer dans des projets d'industrialisation. Nous devons accepter les risques et mettre en œuvre cette politique d'industrialisation.

Chapitre XIV

RENFORCEMENT DES CAPACITÉS DES FEMMES DANS L'ÉCONOMIE AFRICAINE

Depuis 1975, le 8 mars de chaque année, le monde entier célèbre la journée internationale de la femme qui permet aux femmes de mettre un accent particulier sur leurs épanouissements, droits et pour aider les différents gouvernements à adopter des instruments de lutte et de protection contre la discrimination de la femme.

L'appui des femmes dans tous les secteurs d'activité permet de stimuler le progrès économique et humain.

1. La contribution des femmes dans la chaîne de valeur

Les femmes occupent une place de choix dans les affaires nationales et internationales. À travers les frontières régionales et à tous les secteurs de commerce, les femmes d'affaires sont présentes. C'est un constat très remarquable et elles négocient très bien leurs affaires en évitant le gaspillage. À cet effet, elles ont besoin de soutiens financiers pour développer leurs activités commerciales. Une femme peut commencer le petit commerce avec un capital très réduit et ses affaires deviennent très florissantes au bout de quelque temps. En fonction des succès réalisés par les femmes dans certaines communautés, une mobilisation générale est indispensable pour les encourager à entreprendre des projets malgré les obstacles sociaux, elles doivent surmonter les difficultés de genre, avoir confiance en leur avenir tout en faisant un effort pour atteindre leur but final.

2. Assistances techniques et financières requises

Il est tout à fait normal de les soutenir pour qu'elles assistent leurs familles et la croissance dans la communauté.

Nous devons saluer l'apport des organismes et des gouvernements en faveur des femmes et aussi l'intervention des entreprises de microfinance qui octroient des microcrédits aux femmes. Cela permet aux femmes de prendre part au développement des nations. Elles importent plus qu'elles n'exportent de l'Afrique. Une orientation et la formation s'avèrent indispensables pour conjuguer leurs efforts vers l'exportation. Elles peuvent travailler en groupe pour être plus efficaces. L'exportation nécessite le respect des normes de vente à l'extérieur et les techniques commerciales.

Une formation pour les canaliser vers la recherche des importateurs par le biais des organismes de promotion est impérieuse pour les femmes ayant l'intention d'exporter. Leur réussite est un facteur de création d'emplois et de

croissance sociale et économique.

Pour y parvenir, l’abolition de la discrimination entre les sexes est à encourager afin de leur permettre de jouer pleinement leur mission de croissance universelle.

Chapitre XV

RAPPEL DES NOTIONS PRÉLIMINAIRES

A) Les documents relatifs au transport

– Facture commerciale

– Le connaissement

– Certificat d'assurance

– Certificat d'une entité de contrôle de la marchandise avant son expédition (par exemple le certificat SGS) pour la qualité, quantité et le poids de l'inspection

– Certificat d'expédition de la compagnie confirmant l'âge du navire et l'enregistrement du navire sous un registre connu (valable pour le riz, le sucre, etc.)

– Certificat de non-radioactivité (riz, sucre, etc.)

– Certificat d'inspection du navire (condition de pré-expédition du cargo confirmant la propreté du navire pour l'expédition) valable pour le riz, le sucre en poudre, etc.

– Facture consulaire

– Liste de colisage ou parking list

– Certificat d'origine

– Certificat phytosanitaire

– Attestation d'emballage

– Lettre de voiture (document délivré par l'expédition de la marchandise par route)

– Lettre de transport aérien (LTA) ou Air Way Bill (en anglais) délivré par l'agent du fret par air.

B) Les incoterms les plus usités entre l'Afrique et le reste du monde et les incoterms interrégionaux africains

– EXW (Ex Works) départ usine. Le lieu de paiement de la marchandise est l'usine de production. Les risques du vendeur sont limités à l'usine ou son magasin de vente.

– FOB (Free On Board) Franco à bord. Les risques de l'exportateur sont limités au port d'embarquement de la marchandise du pays du vendeur.

– CFR (coût et fret) l'incoterm exclut la souscription à une police d'assurance. Ainsi le vendeur expédie la marchandise jusqu'au port de débarquement de l'acheteur. Plusieurs opérateurs économiques n'acceptent pas cet incoterm car la marchandise est expédiée sans couverture de risque du client. Il est plutôt recommandé l'expédition CIF.

– CAF (Coût, Assurance et Frêt). C'est l'appellation française de CIF (Cost, Insurance and Freight). La marchandise est expédiée jusqu'au port choisi par le client et est sous couverture de la compagnie d'assurance. CIF ASWP (any safe world port) prix basé sur tout port mondial sans embargo.

– FCL (Full Container Load) un conteneur complet. L'expéditeur envoie une marchandise d'un conteneur plein au port de destination.

– LCL (Less Container Load) conteneur en groupage. Des marchandises en groupage sont expédiées car la quantité à livrer est insuffisante pour la destination. Plusieurs marchandises sont groupées et expédiées dans un seul conteneur.

– DDU (Delivery Duty Unpaid) le vendeur livre la marchandise à l'acheteur au lieu convenu entre eux sans paiement des droits de douane. Les risques et les frais incombent au vendeur.

– DDP (Delivery Duty Paid) la livraison de la marchandise se fait au lieu convenu mais le vendeur paye les droits de douane et les risques, frais sont à sa charge.

– FAS (franco transporteur) ou vente sur camion au transporteur convenu. Le transfert de risques et frais se fait à cet endroit.

– ETD : port de départ (date)

– ETA : port d'arrivée (date)

– LOI (letter of intent) lettre d'intention d'achat

– FCO (full corporate offer) offre complète de l'entreprise

– ICPO (irrevocable corporate purchase order) bon de commande irrévocable de l'entreprise

– POP (proof of product) preuve d'existence d'un produit

– Perfomance bond (garantie de bon d'exécution)

– ICC (international chamber of commerce) chambre de commerce international

– NCND agreement (non-circumvention and non-disclosure agreement) contrat de non-circonvention et de non-divulgation

– PI (proforma invoice) facture proforma

– CAD (cash against documents) paiement contre documents de la marchandise auprès de la banque de l'acheteur.

Contents

INTRODUCTION

Chapitre ILES ENTRAVES À L'IMPORTATIONEN AFRIQUE

Chapitre IIPROCÉDURES D'IMPORTATION DES MARCHANDISES EN AFRIQUE

Chapitre IIILES DIFFÉRENTS MODES DE PAIEMENT EN COMMERCES NATIONAL ET INTERNATIONAL

Chapitre IVL'INCONVÉNIENT DE L'EXPÉDITION DES MARCHANDISES SANS PAIEMENT PRÉALABLE

Chapitre VINADÉQUATION DE LAQUALITÉ DES PRODUITS

Chapitre VILA NÉCESSITÉ DE PAIEMENT DES COMMISSIONS AUX INTERMÉDIAIRES

Chapitre VIILES RETOMBÉES DE L'HONNÊTETÉ DANS LES AFFAIRES ET L'IMPORTANCE DE CHAQUE ACTEUR DANS LES TRANSACTIONS COMMERCIALES

Chapitre VIIIMISE EN VALEUR DE L'EXPORTATION DES PRODUITS AFRICAINS ET AUGMENTATION DE LA CROISSANCE PAR L'EXPORTATION

Chapitre IXPARTICULARISME ACTUEL DES INVESTISSEMENTS EN

AFRIQUE

Chapitre XL’IMPORTANCE DES LANGUES ÉTRANGÈRES DANS LES AFFAIRES

Chapitre XILES IMPACTS SOCIAUX DE LA PHILANTHROPIE ET L’AUMÔNE

Chapitre XIIL’UTILITÉ DES MOYENS DE TÉLÉCOMMUNICATION MODERNES

Chapitre XIIILES NOUVELLES FORMES D’IMPLANTATION DES USINES EN AFRIQUE

Chapitre XIVRENFORCEMENT DES CAPACITÉS DES FEMMES DANS L’ÉCONOMIE AFRICAINE

Chapitre XVRAPPEL DES NOTIONS PRÉLIMINAIRES